مجلّهٔ جغرافیا و توسعهٔ ناحیه‌ای، سال چهاردهم، شمارهٔ ۱، بهار و تابستان ۱۳۹۵، شمارهٔ پیاپی ۲۶

واکاوی چالش‌های فراروی صنعت سفال شهر لالجین با به‌کارگیری تئوری بنیانی

حسن افراخته (استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران، نویسنده مسئول)
hafrakhteh@khu.ac.ir
مریم آرمند (دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران)
maryam.armand@yahoo.com
زهرا اطهری (دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران)
z.athari@gmail.com

صص ۱۱۴ - ۸۹

چکیده

اهداف: صنعت سفال شهر لالجین که به عنوان یکی از مهم‌ترین نقاط تولید سفال در کشور به‌شمار می‌رود با مشکلات عمده‌ای روبروست، به‌طوری‌که در سال‌های اخیر بسیاری از تولیدکنندگان دیروزی به مشاغل دیگری روی آورده‌اند و یا تبدیل به واردکننده و فروشنده شده‌اند. از این رو هدف از مطالعه حاضر، ارائهٔ تصویری روشن از چالش‌های فراروی صنایع دستی این منطقه در قالب یک مدل، با استفاده از روش تئوری بنیانی است.

روش: رویکرد کلی تحقیق، کیفی است. جامعهٔ مورد مطالعه شامل سفالگران و کارشناسان خبره در زمینهٔ سفالگری و صنایع دستی می‌باشد. فرآیند نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند و ضابطه‌مند بر اساس تسلط و آگاهی افراد به موضوع با استفاده از تکنیک گلوله برفی انجام شد. روش اصلی گردآوری داده‌های تئوری بنیانی، مصاحبه عمیق با جامعهٔ مورد مطالعه بود که پس از مصاحبه با ۳۰ نفر از افراد (۱۰ نفر از کارشناسان و ۲۰ نفر از سفالگران) اشباع تئوریک حاصل شد. در این تحقیق برای اطمینان از روایی و پایایی داده‌ها علاوه بر حساسیت نظری محقق در گردآوری داده‌ها، از معیارهای خاص پژوهش کیفی شامل مقبولیت و قابلیت تأیید استفاده شده است.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۹/۱۵ تاریخ تصویب: ۱۳۹٤/۰۵/۲۵

یافته‌ها/نتایج: پس از جمع‌آوری اطلاعات، داده‌ها از طریق تحلیل محتوایی طی مراحل کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی طبقه‌بندی گردیدند و در نهایت مدل چالش‌های فراروی صنعت سفال منطقه لالجین استخراج گردید. بر اساس نتایج به‌دست آمده صنعت سفال لالجین با ۹ مشکل عمده مواجه است که عبارت‌اند از: مشکلات مربوط به تجهیز منابع و مواد اولیهٔ مورد نیاز، مشکلات فنی و تکنولوژیکی، مشکلات ساختاری و زیربنایی، مشکلات مربوط به تبلیغات و اطلاع رسانی، مشکلات حقوقی و قانونی، مشکلات اجرایی و مدیریتی، مشکلات مالی واعتباری، مشکلات آموزشی، ترویج و تحقیق و مشکلات مربوط به نظام عرضه و بازاریابی.

کلیدواژه‌ها: صنایع دستی، سفالگری، چالش‌ها، تئوری بنیانی، شهر لالجین.

۱. طرح مسئله

توسعه اقتصادی در گرو شناخت و رشد بنیان‌های اساسی و اصلی تولیدات کالا و خدمات است. یکی از ارکان توسعه اقتصادی درونزا در کشور ما که ریشه‌های عمیق و استوار در آداب و رسوم، سنت‌ها و در مجموع فرهنگ مردمی دارد، صنایع دستی می‌باشد.

صنایع دستی به عنوان صنعتی بومی و کاملاً غیر وابسته به دلیل ویژگی‌های ممتازی چون عدم نیاز به سرمایه گذاری زیاد، دسترسی آسان و ارزان به مواد اولیه، ابزار کار ساده، ارزش افزوده بالا، متنوع کردن منابع درآمد خانوار در راستای امنیت اقتصادی، حفظ و مبادله ارزش‌های فرهنگی و رونق بخشی به صنعت توریسم و گردشگری و بسیاری از مؤلفه‌های دیگر می‌تواند نقش مهمی در ایجاد اشتغال مولد در کشور ایفا کند. به ویژه اینکه بیکاری و کم کاری در روستاهای کشور یکی از علل اصلی مهاجرت به شهرهای بزرگ و مشکلات ناشی از آن می‌باشد.

هم اکنون حدود ۱۰ میلیون نفر به طور مستقیم و غیر مستقیم در صنایع دستی مشغول فعالیت هستند و ایران از نظر میزان اشتغال در این صنعت پس از چین و هند در رتبه سوم جهان قرار داد (فمی و محمد زاده، ۱۳۹۰، ص. ۹۸). متأسفانه با وجود اینکه سرانه هزینه سرمایه گذاری برای ایجاد اشتغال در این بخش به طور متوسط $\frac{۱}{۵۰}$ بخش صنعت است، تا کنون در این زمینه سرمایه گذاری جدی صورت نگرفته است (رستمی، ۱۳۸۳، ص. ٤٥).

سفال یکی از خلاقیت‌های ماندگار انسان از دوره‌های نوسنگی و ماقبل تاریخ می‌باشد که زادگاه آن ایران است. در واقع سفالگری قدیمی‌ترین صنعتی است که به دست بشر به وجود آمده است و هیچ یک از مصنوعات و ساخته‌های فکر و اندیشه انسان از نظر ارزانی و فراوانی مواد اولیه در طبیعت به پای سفال نمی‌رسد (یاوری، ١٣٨٦؛ کامبخش فرد، ۱۳۷۹). شهر لالجین که به شهر سفال معروف است، با بیش از ۷۵۰ سال سابقه تولید، یکی از مهم‌ترین نقاط تولید سفال در کشور به شمار می‌رود. این منطقه بیش از ۷۹۰ واحد خرد، کوچک و متوسط در زمینه تولید، تکمیل و فروش سفال و سرامیک را در خود جای داده است که اشتغالی بالغ بر ۵ هزار نفر به طور مستقیم و ۵۰ هزار نفر به طورغیر مستقیم ایجاد نموده است ، به طوریکه بالاترین درصد اشتغال استان همدان (۳/۸۷ درصد) به این شهر اختصاص دارد و بیش از ۸۰ درصد مردم در این زمینه فعالیت دارند (محمودی، ۱۳۹۳). هنرمندان این منطقه سالانه بیش از ٤٦ هزار تن سفال در قالب ۳۷ میلیون قطعه انواع ظروف و اشیا زینتی سفال در ابعاد و اندازه‌های مختلف تولید می‌کنند (عباسی،۱۳۹۰).

در سال ۱۳۹۲، این شهرستان بالغ بر ۲۰ میلیون دلار صادرات سفال داشته است (محمودی، ۱۳۹۳). از سوی دیگر برای گردشگران داخلی و خارجی، لالجین همواره به عنوان یکی قطب‌های گردشگری استان همدان مورد توجه بوده است. اما متأسفانه در سال‌های اخیر کارگاه‌های تولید سفال شهر لالجین، به دلیل هزینه بالای اداره کارگاه‌ها و تولید این محصول و هم چنین واردات بی رویه سفال با قیمت و کیفیت پایین و جذابیت بالا از چین یکی پس از دیگری تعطیل می‌شوند و بسیاری از تولیدکنندگان دیروزی به مشاغل دیگری روی آورده‌اند و یا به وارد کننده و فروشنده تبدیل شده‌اند. بنابراین هدف نوشتار حاضر آسیب شناسی و شناسایی چالش‌های صنعت سفال لالجین می‌باشد تا از این طریق بتوان با ارائه راهکارهایی، زمینه رشد و شکوفایی مجدد این هنر را فراهم نمود.

۲. روش‌شناسی تحقیق

۲. ۱. روش تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر ماهیت، جزء مطالعات کیفی محسوب می‌شود. در این راستا به منظور ارائه تصویری روشن از چالش‌های فراروی صنعت سفال شهر

لالجین در قالب یک مدل، از روش تئوری بنیانی استفاده شده است. ایـن روش کیفـی، نـوعی تحقیق در عرضه و مبتنی بر رویکرد اسـتقرایی بـوده و بـه صـورتی سیسـتماتیک و در قالـب مراحل منظم، پدیده‌ها را در موقعیت طبیعی آن‌ها مورد بررسی قرار می‌دهد (ادیب حاج‌باقری، پرویزی و صلصالی، ۱۳۸۹، ص. ۳۵). در این روش قابلیت تعمیم مد نظر نیست، بلکـه هـدف درک پدیـده و ابعـاد مختلـف آن اسـت (گیـدنز، ۱۳۷٦، ص. ۱۹۸). فرآینـد نمونـه گیـری در تحقیقات کیفی از نوع غیر احتمالی و هدفمند یا ضابطه مند اسـت. در ایـن راسـتا تعـدادی از کارشناسان و سفالگران بر اساس تسلط و آگاهی به موضوع با استفاده از تکنیک گلوله برفی به عنوان نمونه انتخاب شدند.

روش اصلی گردآوری داده‌های تئوری بنیانی در این تحقیق، مصاحبه عمیق با جامعه مـورد مطالعه بود. مصاحبه عمیق یکی از روش‌های شناخته شده‌ای است که بـه مصـاحبه شـوندگان اجازه می‌دهد عقاید و افکار خـود را بیـان کننـد. پژوهشـگر در ایـن «گفتگـوی هدفـدار» بـه پاسخ‌های شرکت‌کننده گوش فرا می‌دهد و او را همراهی می‌کند. علاوه بر این، ضمن این کـه با شیوه‌ای کم و بیش هدایت کننده مصاحبه شونده را به سـوی هـدف خـود سـوق مـی‌دهـد، محتوای پنهان مصاحبه را مشاهده کرده و آن را به شیوه‌ای کیفی تحلیل مـی‌نمایـد (سـالدانا[1]، ۲۰۰۹). پس از مصاحبه با ۳۰ نفر از جامعه مورد مطالعـه (۱۰ نفـر از کارشناسـان و ۲۰ نفـر از سفالگران) اشباع تئوریک[2] حاصل شد. به عبارت دیگر مصاحبه‌ها تا زمانی ادامه یافت که برای محقق احراز شد که دیگر نمونه‌های آماری بعدی، اطلاعات جدیدی در محورهای مطرح شده ارائه نمی‌دهند و مباحث حالتی تکراری به خود گرفته اسـت. پـس از جمـع آوری اطلاعـات، داده‌ها از طریق تحلیل محتوایی مورد واکـاوی قـرار گرفتنـد و طـی مراحـل کدگـذاری بـاز[3]، کدگذاری محوری[4] و کدگذاری انتخابی[5] طبقه بندی گردیدند. کدگذاری باز فرآیندی تحلیلـی است که از طریق آن، مفاهیم شناسایی شـده و ویژگـی‌هـا و ابعـاد آن –هـا در داده‌هـا کشـف می‌شود. در این مرحله نظریه پرداز، مقوله‌های اولیـه اطلاعـات در خصـوص پدیـده در حـال

1. Saldana
2. Theoretical saturation
3. Open coding
4. Axial coding
5. Selective coding

مطالعه را شکل می‌دهد (ین[1]، ۲۰۱۱). در واقع در این مرحله، داده‌ها بـه کوچـک‌تـرین واحـد خود شکسته می‌شوند و محقق با به‌کارگیری یک سیستم باز کد گذاری، خط به خط داده‌ها را بازنگری کرده و فرآیندهای آن را تشخیص داده و به هر جملـه کـد مـی‌دهـد، سـپس تـلاش می‌کند تا حداکثر کدهای ممکن را تشخیص دهد تا مطمئن شود که اطلاعات را به طور کامـل بررسی نموده است (ادیب حاج‌باقری، پرویزی و صلصالی، ۱۳۸۹). لازمـه مرحلـه کدگـذاری محوری، مقایسه دایمی داده‌هاست. محقق داده‌های کدگذاری شده را با یکدیگر مقایسه نمـوده و با ادغام موارد مشابه، ارتباط بین خرده طبقات را مشخص نموده و طبقاتی با مفـاهیم جدیـد تشکیل می‌دهد (قبـادی، پـاپزن، زرافشـانی و گراونـدی، ۱۳۹۱، ص. ۹٤). مرحلـه کدگـذاری انتخابی روند یکپارچه‌سازی و پالایش طبقات است که در نهایت محقق یک نظریه را از روابط بین مقوله‌های حاصل از مراحل قبلی، استخراج می‌کند و یک روایت نظری برای پدیـده ارائـه می‌دهد (فدرستون و کلی[2]، ۲۰۰۷). در پایان این مرحله مدل چالش‌های فراروی صنعت سـفال منطقه لالجین استخراج گردید.

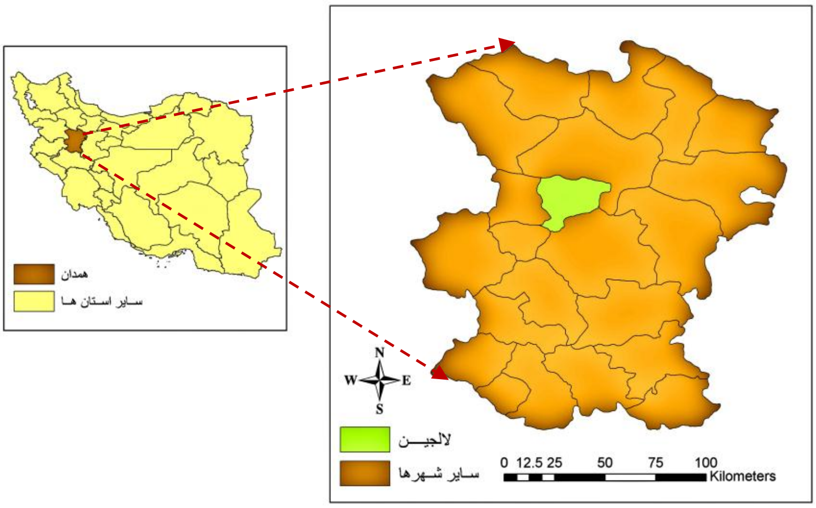
برای اطمینان از روایی و پایایی داده‌ها علاوه بـر حساسـیت نظـری محقـق[3] در گـردآوری داده‌ها، از معیارهای خاص پژوهش کیفی شامل مقبولیت[4] و قابلیت تأیید[5] استفاده شـده اسـت. جهت افزایش مقبولیت از روش بازنگری توسط شرکت کنندگان اسـتفاده شـد و بـه تأییـد یـا اصلاح آن‌ها رسید. در پایان نیز کدهای حاصله و طبقه بندی مرکزی همراه با الگـوی طراحـی شده به ۵ تن از کارشناسان خبره صنایع دستی مرکز علمی-کاربردی لالجـین کـه در مصـاحبه شرکت کرده بودند به منظور بازبینی و تأیید ارسال شد.

۲. ۲. منطقهٔ مورد مطالعه

شهر لالجین در شمال شهرستان همدان واقع است و به طـول جغرافیـایی ٤٨ درجـه و ٢٨ دقیقه و عرض جغرافیایی ٣٤ درجه و ٥٨ دقیقه قرار گرفته و ارتفـاع آن از سـطح دریـا ١٧٣١ متر است. این شهر که مرکز بخش لالجـین اسـت، از شهرسـتان همـدان بیسـت کیلـومتر و از شهرستان بهار نه کیلومتر فاصله دارد(مرجع شهرهای ایران، ۱۳۹۰). بنابر سرشماری مرکز آمـار

---
1. Yin
2. Fetherston & Kelly
3. Theoretical sensitivity
4. Credibility
5. Confirmability

در سال ۱۳۹۰، این شهر دارای جمعیت ۱۵۲۹۱ نفر در غالب ٤٤٨٩ خانوار می‌باشد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰). بیش از ۸۰ درصد از جمعیت شهر لالجین به پیشه سفالگری و سرامیک‌کاری اشتغال دارند و لالجین به عنوان مرکز تولید سفال و سرامیک خاورمیانه شناخته شده‌است (مرجع شهرهای ایران، ۱۳۹۰). شکل ۱ موقعیت شهر لالجین را در استان همدان و موقعیت استان همدان را در ایران نشان می‌دهد.



شکل ۱. نقشهٔ موقعیت منطقهٔ مورد مطالعه در استان و ایران

۳. پیشینهٔ پژوهش

به منظور شناسایی موانع و مشکلات صنایع دستی و تلاش در جهت رفع آن‌ها، به منظور نقش آفرینی مجدد این صنایع در عرضه اقتصادی، تحقیقات مختلفی در داخل و خارج کشور انجام شده است که در اینجا به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود: مطیعی لنگرودی (۱۳۸۰) در بررسی عوامل رکود صنایع دستی در نواحی روستایی شهرستان مشهد، به این نتیجه رسید که توان اشتغال‌زایی صنایع دستی در این نواحی بسیار بالاست ولی مشکلات بسیاری در این زمینه وجود دارد که مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از: کمبود سرمایه، ضعف بازار و بازاریابی برای تولید صنایع دستی، ضعف مهارت و آموزش شاغلان درصنایع دستی و مشکلات مربوط به محیط کار از نظر فنی و بهداشتی. رحمتی (۱۳۸۷) طراحی فرش‌های رایج و نوآوری در آن‌ها را آسیب شناسی کرد. در این راستا خصوصیات اصلی و ثابت نقشه‌های اصیل به کمک اصول

و مبانی هنرهای تجسمی شناسایی شد. بر اساس نتایج به دست آمده عیوب فرش‌های ناموفق جدید ناشی از نارسایی فرهنگی، ضعف طراحی، ترکیب و پیکربندی آن‌هاست. یزدان پناه و صمدیان (۱۳۸۸) به بررسی عوامل مؤثر بر میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی صنایع دستی استان کرمان پرداختند. بر اساس نتایج به دست آمده از بین متغیرهای مستقل مورد بررسی، متغیرهای نگرش اعضا نسبت به رعایت اصول تعاونی، برگزاری دوره‌های کارآموزی و شرکت مداوم اعضا در این دوره‌ها، همکاری و حمایت نهادهای مختلف، تشکیل مجمع عمومی و رعایت تصمیمات گرفته شده در مجمع، تهیه به موقع مواد خام و هم چنین ارائه پاداش مادی و غیر مادی اعضا با متغیر وابسته تحقیق (موفقیت تعاونی‌های صنایع دستی) رابطه معنیداری داشتند. بر اساس مطالعه جعفرنژاد، سجادی‌پناه، صفری میرمحله و اجلی قشلاجوقی (۱۳۸۸) موانع به کارگیری تجارت الکترونیک در زمینه توسعه صادرات فرش دستباف به ترتیب اولویت عبارتند از: مشکلات و موانع مربوط به زیرساختارهای اطلاعاتی، مشکلات مربوط به زیرساختارهای قانونی، حقوقی و امنیتی، مشکلات و موانع زیرساختارهای انسانی، آموزشی، فرهنگی و رفتاری، مشکلات مربوط به زیرساختارهای گمرکی، بازرگانی و مالیاتی، مشکل اینترنت، مشکلات مربوط به زیرساختارهای فنی و سخت افزاری و مشکلات مربوط به زیرساختارهای مالی و نرم افزاری. میرکتولی و مصدقی (۱۳۸۹) وضعیت گردشگری روستایی و نقش آن در رونق صنایع دستی شهرستان گرگان را بررسی نمودند. روش تحقیق به کار گرفته شده، توصیفی- تحلیلی و از نوع پیمایشی بود. براساس نتایج به دست آمده ٧٦/٦ درصد نمونه مورد مطالعه نقش گردشگری را در توسعه صنایع دستی در حد زیاد و خیلی زیاد، ۱۹/۷ درصد کم و ۵/۷ درصد بی تأثیر دانسته‌اند. کرباسی و یعقوبی (۱۳۹۰) با بررسی بازارهای فروش صنایع دستی استان سیستان و بلوچستان به این نتیجه رسیدند که واردات بی رویه صنایع دستی سایر کشورها، وجود واسطه‌ها و ناتوانی فروش مستقیم آثار صنایع دستی، تبلیغات ناکافی و مسائل فرهنگی-اقتصادی مانند تغییر سلایق بازار مهم‌ترین علل رکود بازار صنایع دستی به شمار می‌آیند. عزمی، خراسانی، ایمانی و رضوانی (۱۳۹۰) به بررسی دیدگاه تجار فرش شهر اردبیل درباره علل کاهش صادرات فرش دستباف ایران پرداختند. پاسخگویان مشکلات قانونی، عدم بازاریابی مناسب، قیمت بالا و رقبای خارجی را جزو موانع تولید فرش دستباف و عرضه آن دانسته‌اند. همچنین تغییر ذائقه مصرف کنندگان،

مسایل مربوط به بخش تولید، جنبه‌های هنری فرش،کیفیت محصول، قوانین موجود، عوامل خارجی، بازاریابی و فروشندگان را مؤلفه‌های دانسته‌اند که در صادرات فرش مؤثرند.ونکاتارامانیا و کومار[1] (۲۰۱۱) مهم‌ترین مشکلات خوشه‌های صنایع دستی در منطقه احمد اباد هندوستان را هزینه بالای تولید، فن آوری نامناسب، پایین بودن سطح بهره وری، کمیابی منابع تولید، عدم اطمینان در تامین مواد خام، محدودیت نیروی انسانی ماهر، آلودگی محیط زیست، نوسانات نرخ ارز، نوسانات قیمت مواد اولیه، مشکلات مربوط به بسته بندی و بازاریابی محصول نهایی، عدم حمایت نهادی کافی در زمینه بودجه، زیرساخت‌ها، پشتیبانی IT، کمبود امکانات لازم برای کنترل کیفیت، آگاهی محدود صنعتگران در مورد اطلاعات بازار و روند پیشرفت تکنولوژیکی را بیان نمودند واین چالش‌ها را در پنج حوزه عمده: – ساخت و فن آوری، – عملیات، – دسترسی به بازار و تدارکات، – مالی و زیرساخت‌ها، – اجتماعی، آموزشی و بهداشتی دسته بندی نمودند. ردزوآن و عارف[2] (۲۰۱۱) در یک مطالعه کیفی محدودیت‌های توسعه صنایع دستی در مناطق روستایی مالزی را در دو گروه طبقه بندی می‌کنند: اول محدودیت عرضه که به عواملی چون کمبود نیروی کار ماهر، مشکل تهیه مواد اولیه، عدم تمایل صنعتگران به اتخاذ روش‌های مدرن تولید و تکنولوژی جدید، ناکافی بودن کنترل کیفیت در فرایند تولید، فقدان اعتبارات، امکانات و تجهیزات و زیرساخت‌های لازم و دوم محدودیت تقاضا که به اندازه و الگوی بازار مربوط می‌شود. در واقع اکثر صنایع دستی تولید شده در مناطق روستایی مالزی در بازارهای محلی و ملی به فروش می‌رسند و به دلیل پایین بودن سطح درآمد بخش عمده‌ای از خریداران و اولویتبندی آن‌ها در تصمیم گیری برای خرید و بالا بودن قیمت برخی از اقلام صنایع دستی، محدودیت تقاضا وجود دارد. دش[3] (۲۰۱۱) در بررسی چالش‌ها و فرصت‌های بازاریابی صنایع دستی در هند مهم‌ترین مشکلات این صنایع را عدم سازماندهی تولید، نبود نوسازی، محدودیت تسهیلات اعتباری، فقدان رقابت، محدودیت فرصت‌های بازار، عدم هدایت و مشوق‌های مناسب، بالا بودن هزینه تولید، نامناسب بودن محیط کار و عدم امکان عرضه مستقیم کالا معرفی می‌کند. خان و امیر[4] (۲۰۱۳)

1. Venkataramanaiah & Kumar
2. Redzuan & Aref
3. Dash
4. Khan & Amir

در مطالعه استراتژی‌های بازاریابی صنایع دستی، سازماندهی شبکه بازاریابی، ثبت طرح مربوط به هر صنعتگر، طبقه بندی و قیمت گذاری صنایع با توجه به مهارت صنعتگر و کیفیت مواد اولیه مورد استفاده توسط یک تیم از کارشناسان، یکنواختی قیمت، بالا بردن سطح آگاهی صنعتگران از نیاز بازار، دعوت از طراحان و استادان خارجی، گسترش سازمان‌های تبلیغاتی و بازاریابی برای جذب خریداران بیشتر در داخل و خارج از کشور، عرضه مستقیم کالا توسط صنعتگران محلی در مکان‌های مختلف به منظور دریافت سفارشات بیشتر از گردشگران خارجی، گسترش صادرات و توجه به موقعیت استراتژیک صنایع دستی را به منظور بهبود وضعیت موجود پیشنهاد می‌کنند. جمیر و ناتاراجان[1] (۲۰۱٤) مهم‌ترین مشکلات صنایع دستی بامبو را از دیدگاه کارآفرینان، فقدان اطلاعات بازار، نوسانات قیمت، استثمار توسط دلالان، نبود سیستم درجه بندی محصول وعدم بکارگیری سیاست‌های قیمت گذاری، محیط کاری نامناسب، ابزار و ماشین آلات قدیمی، فقدان آموزش‌های پیوسته و حمایت‌های مالی توسط دولت برای ارتقاء ماشین آلات، تبلیغات ضعیف و وجود این دیدگاه در مردم مبنی بر ارزانی و فراوانی این محصول بدون توجه به ارزش‌های هنری و هزینه‌های تولید بیان می‌کنند. ام سی کمب[2] (۲۰۱۲) استراتژی‌های توسعه و بازاریابی صنایع فرهنگی اقیانوس آرام را با استفاده از مدل SWOT، بررسی نمود. بر اساس نتایج به دست آمده نقاط قوت این صنایع شامل تنوع محصولات فرهنگی، فرهنگ غنی، بازارهای گردشگری، بازارهای بین المللی، پیشگامی کارآفرینان و نقاط ضعف شامل ظرفیت تولید ناپایدار، فقدان نوآوری در طرح‌ها، ریسک گریزی صنعتگران، کمبود صادرکنندگان خصوصی، کمبود سیستم‌های پشتیبانی، ضعف در حقوق IP[3] (مالکیت فکری) می‌باشد. همچنین بر اساس مدل تحقیق فرصت‌های پیش روی این صنایع عبارتند از: وسعت و گسترش بازار، دسترسی به بازارهای گردشگری، پیشرفت تکنولوژی، توسعه MSME[4] (سرمایه گذاری‌های میکرو، کوچک و متوسط)، پشتیبانی و کمک‌های بین المللی و تهدیدها عبارتند از: تکنولوژی و گسترش صنایع ماشینی، چرخه کوتاه زندگی محصولات در دنیای مصرف، انزوای جغرافیایی و بازارهای پراکنده، مهاجرت به

1. Jamir & Natarajan
2. McComb
3. Intellectual Property
4. Micro, Small & Medium Enterprise

منظور دستیابی به بازارهای بزرگ تر و اقتصاد جهانی. کومار و راجیو[1] (۲۰۱٤) مهم‌ترین مشکلات صنایع دستی هندوستان را در سطح خرده فروشی، عدم دسترسی صنعتگران ماهر به مواد خام استاندارد ، نبود پشتیبانی فنی و اشاعه اطلاعات، عدم توجه به نیاز و تقاضای بازار، پایین بودن سطح آگاهی مشتریان نسبت به محصولات صنایع دستی و نیاز مبرم به یک سیستم اطلاعات بازاریابی بیان می‌کنند.

٤. مبانی نظری

رشد و توسعه صنعت و فناوری همراه با بسط و گسترش نظام سرمایه داری در جهان غرب به تدریج باعث نابودی و از بین رفتن صنایع ملی و دستی کشورهای پیرامونی در مقابل یورش کالاهای ساخته شده کشورهای غربی شد و فرآیند صنعتی شدن وابسته این کشورها به این ترتیب شکل گرفت (گل محمدی، ۱۳۸۹، ص. ۸۳). از اواخر دهه ۷۰ و اوایل دهه ۸۰ میلادی، با توجه به شرایط رو به وخامت و حتی برآورده نشدن حداقل نیازهای اساسی در بسیاری از کشورهای جهان سوم، کم کم در کارائی الگوهای غربی از توسعه تردیدهایی حاصل شد و این دیدگاه مطرح گردید که در این جوامع که دارای زمینه‌های فرهنگی، اقتصادی، نیازها و امکانات متفاوت با کشورهای غربی هستند، باید در جستجوی الگوی متفاوت و مناسبی از توسعه بود (لاریجانی، ۱۳۷۰، ص. ٤٥). در این راستا مفهوم تکنولوژی میانه و یا تکنولوژی مناسب، به عنوان نوعی تکنولوژی که پاسخگوی حداکثر نیازهای واقعی جامعه باشد و برای اجتماع و محیط زیست ویرانگری کمتری داشته باشد، مطرح شد (جی‌کوآیر[2]، ۱۹۷٦). شوماخر در کتاب "کوچک زیباست" توسعه صنایع کوچک را بهترین راه کاهش فاصله کشورهای شمال–جنوب می‌داند و اظهار می‌دارد که دلیل توسعه نیافتگی کشورهای جهان سوم، تأکید بیش از اندازه بر صنایع بزرگ و عظیم است. از نظر او اگرچه صنعتی شدن یک راه نجات این کشورها از مدارهای توسعه نیافتگی محسوب می‌شود، اما مثل آنان مانند فردی است که کفش‌های بزرگ به پا می‌کند و بعد از هر چند قدم کفش‌ها از پایش بیرون می‌آید. پس با حرکت به عقب برای ترمیم و تثبیت موقعیت خود می‌کوشد و این حرکت بارها تکرار می‌شود. بنابراین این کشورها زمان بیشتری را از دست می‌دهند. از این رو

1. Kumar & Rajeev
2. Jequier

کفش‌های کوچک بهتر و زیباتر است (شوماخر، ۱۳۷۲، ص. ۱۳۳-۱٦٤). هاشمی ویژگی‌های صنایع کوچک و دلایل توجه به آن‌ها را در کشورهای جهان سوم در قالب موارد زیر بیان می‌کند: ۱. صرفه جویی در مصرف سرمایه، ۲. اشتغال‌زایی فراوان، ۳. تأمین تعادل‌های اجتماعی و منطقه‌ای از طریق جلوگیری از مهاجرت روستاییان به شهرها، ٤. افزایش ارزش صادرات، ٥. وابستگی ناچیز به محصولات خارجی و صرفه جویی در استفاده از ارز خارجی، ٦. توسعه صنعت توریسم، ۷. درونزا کردن دانش فنی تولید، ۸. پر کردن حلقه‌های مفقود فرآیند تولید، ۹. تسهیل در رقابت، ۱۰. تشویق فرهنگ سرمایه گذاری، ۱۱. پرورش مدیران، کارآفرینان و کارگران صنعتی، ۱۲. توجه به محیط زیست، ۱۳. کمک به توزیع عادلانه‌تر درآمد، ۱٤.خصوصی سازی، ۱٥. تسریع در زمان بهره برداری و توجه به هزینه فرصت سرمایه، ۱٦. معرفی فرهنگ غنی کشورها (هاشمی، ۱۳۸۱. صص. ٤٥-۲). از این رو بسیاری از کشورهای در حال توسعه، برای مقابله با بیکاری و فقر برنامه ریزی وسیعی را برای گسترش صنایع کوچک و روستایی آغاز نموده‌اند. در این زمینه کشور هندوستان نمونه‌ای موفق به شمار می‌آید. این کشور پس از استقلال تا کنون با ایجاد صنایع کوچک و دستی ،کارگربر، کم هزینه و ساده افراد زیادی را به کار مولد مشغول ساخته است و می‌تواند الگویی بهینه برای کشور ما در مناطق شهری و به ویژه روستایی باشد. از نظر لغوی اصطلاح صنایع دستی دارای مفهوم واحد و ثابتی نیست و تا کنون تعریفی که مورد پذیرش همه کارشناسان و سازمان‌های مسئول در کشورهای مختلف باشد وضع نشده است. کیت مارس دن[1] (۱۹٦٥) در این زمینه بیان می‌دارد که صنایع دستی چه در بیان عادی و چه در اصطلاح فنی دارای مفاهیم متعددی است، به این معنی که گاهی اوقات حاکی از نحوه ساخت یک کالا است، زمانی ویژگی‌های یک محصول را بیان می‌کند و بعضی اوقات بازگوکننده موقعیت جغرافیایی محل تولید است نظیر صنایع دستی روستایی. ولی به طور کلی صنایع دستی به گونه‌ای از فعالیت‌های اقتصادی اطلاق می‌شود که دست انسان در تولید آن عامل اصلی به شمار می‌رود و در مجموع می‌توان آن را یک هنر-صنعت نامید (یاوری و فاضل بیگی، ۱۳۸۹، ص. ۲۳۸-۲۳۷). کشور ما از نظر تنوع رشته‌های صنایع دستی که حدود ۳۰۰ نوع آن شناسایی شده است، رتبه نخست و از نظر حجم تولیدات صنایع دستی مقام سوم جهان را دارا می‌باشد، اما

1. Kit Marsden

از نظر میزان صادرات در رتبه سی و یکم قرار دارد (نامور مطلق، ۱۳۹۳). در حالیکه در جهان امروز، این صنایع علاوه بر حفظ جایگاه خود در عرصه هنر، زیبایی شناختی و هویت بخشی ملی ومنطقه ای به یک منبع مهم ارزش افزوده و بهره وری اقتصادی تبدیل شده است، در ایران به دلیل برخی موانع و مشکلات، این صنعت از جایگاه واقعی خود فاصله گرفته و تأثیر و نقش آن در افزایش اشتغال و درآمدزایی به مرور کمرنگ شده است (اسفندیاری، ۱۳۸٦).

۵. یافته‌های تحقیق

۵. ۱. کدگذاری باز

در گام نخست تحلیل اطلاعات، پس از پیاده سازی مطالب جمع آوری شده از طریق مصاحبه، کدگذاری باز صورت گرفت. حاصل این مرحله شناسایی ٤۵ مفهوم کلیدی در زمینه چالش‌ها و مشکلات صنایع دستی این منطقه بود. سپس با توجه به ماهیت چالش‌ها و روابط بین آن‌ها، به هر یک از مشکلات و چالش‌های مطرح شده کدهایی از A تا I اختصاص یافت (جدول ۱).

جدول۱. مفاهیم حاصل از کدگذاری باز

ردیف	مفاهیم	کد
۱	عدم آشنایی با طراحی فرم و نبود پیوند بین تجربه و دانش هنری	F1
۲	تولید بومی ابزار و وسایل در لالجین توسط جوشکاران	B1
۳	نبود آزمایشگاه برای آزمایش خاک و مخلوط کردن خاک‌ها بر اساس تجربه	A1
٤	عدم کیفیت لعاب‌های آماده (فریدی) و نیاز به درجه حرارت‌های بالا (۱٤۰۰ درجه) برای عمل آوری	A2
۵	تاب برداشتن و تغییر رنگ بدنه (رس) به دلیل درجه حرارت‌های بالای لعاب‌های آماده	A3
٦	عدم توانایی کارگاه‌ها در ایجاد کوره مدرن و نسوز به دلیل هزینه بالا	H1
۷	وجود خلأ قانونی برای در نظر گرفتن سفالگری جزء مشاغل سخت	E1
۸	سختی کار به دلیل رطوبت وگرمای بالای محیط	E2
۹	سختی کار به دلیل ذرات گرد و خاک در هوا	E3
۱۰	بالا بودن میزان مصرف سوخت (نفت سفید) در کارگاه‌ها	B2
۱۱	افزایش هزینه سوخت بعد از اجرای نظام هدفمندی یارانه‌ها	H2
۱۲	بالا بودن هزینه گازکشی کارگاه	H3

ادامه جدول ۱

ردیف	مفاهیم	کد
۱۳	تنظیم حرارت کوره بر اساس تجربه و رفتن به فاز آزمون و خطا و پایین آمدن بهره وری	F2
۱٤	تغییر سازمان‌های ناظر بر مجموعه صنایع دستی در طی چند سال اخیر	G1
۱۵	تغییر مدیریت سازمان صنایع دستی در فاصله‌های زمانی کوتاه	G2
۱٦	فعالیت تعاونی سفال تنها در زمینه سوخت	G3
۱۷	عدم حمایت کافی سفالگران برای شرکت در نمایشگاه‌های داخلی	G4
۱۸	عدم حمایت سفالگران برای شرکت در نمایشگاه‌های خارجی	G5
۱۹	هزینه بالای شرکت در نمایشگاه‌های خارجی	H4
۲۰	واردات صنایع دستی از طریق مجاری غیرقانونی	G6
۲۱	فقدان بسته بندی مناسب به عنوان مشکل اصلی صادرات	I1
۲۲	بالا بودن ضایعات مربوط به حمل و نقل	I2
۲۳	متفرق بودن کارگاه‌ها	C1
۲٤	عدم پرداخت کامل جوایز صادراتی به صادرکنندگان نمونه لالجین	G7
۲۵	در نظر گرفتن فعالیت چرخکاری با سفال به عنوان صنعت و نه یک هنر و عدم امکان استفاده از بیمه هنرمندان	E4
۲٦	عدم تناسب سبک و سیاق کارگاه برای انجام کارصنعتی	C2
۲۷	عدم ذکر نام شهر لالجین در نقشه‌های گردشگری استان همدان	D1
۲۸	اختصاص بیش از نیمی از اجناس فروشگاه‌های سفال لالجین به کالاهای چینی	G8
۲۹	عدم ارائه آدرس کارگاه‌ها و معرفی هنرمندان و سفالگران توسط فروشندگان	D2
۳۰	عدم شناخت نقوش تزئینی، معانی و مفاهیم نمادین	F3
۳۱	وجود واسطه‌ها	I3
۳۲	تولید انبوه و عدم توافق بین سفالگران در تولید محدود	I4
۳۳	مکانیابی نامناسب شهرک سفال	G9
۳٤	عدم استقبال سفالگران از شهرک سفال به دلیل عدم تناسب با نیازهای آن‌ها	G10
۳۵	اختصاص بخش عمده شهرک سفال به کارخانه داران بزرگ و چینی‌های بهداشتی	G11
۳٦	عدم توجه به آموزش سفالگران و آشنایی آن‌ها با دانش نوین سفالگری	F4
۳۷	نامناسب بودن وضعیت مالی سفالگران و نداشتن انگیزه کافی	H5
۳۸	نبود مرجع بازرسی به منظور کنترل میزان کیفیت و کمیت به منظور از بین بردن اثرات منفی بر روی قیمت	G12
۳۹	عدم ارتباط افراد تحصیل کرده این رشته با استادکاران سنتی	F5
٤۰	تهیه لعاب‌های سنتی بر اساس تجربه و نه بر اساس فرمول شیمیایی	A4
٤۱	بالا بودن درصد سرب در لعاب‌های سنتی	A5

ادامهٔ جدول ۱

ردیف	مفاهیم	کد
٤٢	ناسازگاری بدنه با لعاب و ترک برداشتن لعاب روی بدنه در گذر زمان	A6
٤٣	تکراری بودن شکل و فرم محصولات و نبود نوآوری و خلاقیت	F6
٤١	بالا بودن درصد سرب در لعاب‌های سنتی	A5
٤٢	ناسازگاری بدنه با لعاب و ترک برداشتن لعاب روی بدنه در گذر زمان	A6
٤٣	تکراری بودن شکل و فرم محصولات و نبود نوآوری و خلاقیت	F6
٤٤	عدم دستیابی خوشه سفال به اهداف تعیین شده و فعالیت فروشندگان به جای تولیدکنندگان تحت عنوان خوشه	G13
٤٥	عدم پیروی از سبک و سیاق مشخص توسط سفالگران	F7
٤٦	کوچک بودن کارگاه‌ها، نداشتن فضای کافی و خشک کن	C3
٤٧	نبود مراکز تحقیقاتی و آزمایشگاهی به منظور تهیه و فرآوری مواد اولیه	A7
٤٨	عدم دسترسی به وسایل کار مناسب و به روز در کارگاه‌ها	B3
٤٩	سختی کار به دلیل کار کردن با مواد شیمیایی و لعاب‌ها	E5
٥٠	خطرات مربوط به روشن کردن کوره و بالا بردن دمای آن تا ۱۲۰۰ درجه	E6
٥١	خطرات مربوط به کار کردن با ابزارهای سنتی مانند پاک میل برای صاف کردن گل	E7
٥٢	عدم پذیرش سفالگران برای به کارگیری ابزارهای جدید	F8
٥٣	عدم تبلیغات کافی به منظور معرفی سفال لالجین از طریق رسانه‌ها	D3
٥٤	افزایش قیمت مواد اولیه و پایین بودن قیمت محصولات	G14
٥٥	عدم موفقیت تعاونی سفال در زمینه تهیه مواد اولیه و عدم مرغوبیت این مواد به دلیل نداشتن تخصص کافی	G15
٥٦	نبود حمایت‌های مالی لازم به منظور استقرار سفالگران در شهرک سفال	H6
٥٧	نبود مدیریت در گردشگری	G16
٥٨	عدم امکان بیمه نمودن کارفرما و کارگاه و بالا بودن هزینه بیمه خویش فرمایی	E8
٥٩	بوروکراسی طولانی به منظور گازکشی کارگاه	G17
٦٠	تنوع محصولات در ابعاد مختلف به عنوان مشکل اصلی بسته بندی	I5
٦١	کاهش صادرات به دلیل بحران‌های سیاسی منطقه در چند سال اخیر	I6

۵. ۲. کدگذاری محوری

لازمه این مرحله، مقایسه دایمی داده‌هاست به این منظور داده‌های کدگذاری شده با یکدیگر مقایسه شدند و کدهای مشابه در یک طبقه قرار گرفتند و خوشه‌هایی با مفاهیم جدید تشکیل شدند (جدول ۲).

جدول ۲. طبقات حاصل از کدگذاری محوری

ردیف	زیر طبقات	طبقات
۱	نبود آزمایشگاه برای آزمایش خاک و مخلوط کردن خاک‌ها بر اساس تجربه	مشکلات مربوط به تجهیز منابع و مواد اولیه مورد نیاز
	عدم کیفیت لعاب‌های آماده (فریدی) و نیاز به درجه حرارت‌های بالا (۱۴۰۰ درجه) برای عمل آوری	
	تاب برداشتن و تغییر رنگ بدنه (رس) به دلیل درجه حرارت‌های بالای لعاب‌های آماده	
	تهیه لعاب‌های سنتی بر اساس تجربه و نه بر اساس فرمول شیمیایی	
	بالا بودن درصد سرب در لعاب‌های سنتی	
	ناسازگاری بدنه با لعاب و ترک برداشتن لعاب روی بدنه در گذر زمان	
	نبود مراکز تحقیقاتی و آزمایشگاهی به منظور تهیه و فرآوری مواد اولیه	
۲	تولید بومی ابزار و وسایل در لالجین توسط جوشکاران	مشکلات فنی و تکنولوژیکی
	بالا بودن میزان مصرف سوخت (نفت سفید) در کارگاه‌ها	
	عدم دسترسی به وسایل کار مناسب و به روز در کارگاه‌ها	
۳	متفرق بودن کارگاه‌ها	مشکلات ساختاری و زیربنایی
	عدم تناسب سبک و سیاق کارگاه برای انجام کارصنعتی	
	کوچک بودن کارگاه‌ها، نداشتن فضای کافی و خشک کن	
٤	عدم ذکر نام شهر لالجین در نقشه‌های گردشگری استان همدان	مشکلات مربوط به تبلیغات و اطلاع رسانی
	عدم ارائه آدرس کارگاه‌ها و معرفی هنرمندان و سفالگران توسط فروشندگان	
	عدم تبلیغات کافی به منظور معرفی سفال لالجین از طریق رسانه‌ها	
۵	وجود خلأ قانونی برای در نظر گرفتن سفالگری جزء مشاغل سخت	مشکلات حقوقی و قانونی
	سختی کار به دلیل رطوبت وگرمای بالای محیط	
	سختی کار به دلیل ذرات گرد و خاک در هوا	
	در نظر گرفتن فعالیت چرخکاری با سفال به عنوان صنعت و نه یک هنر و عدم امکان استفاده از بیمه هنرمندان	
	سختی کار به دلیل کار کردن با مواد شیمیایی و لعاب‌ها	
	خطرات مربوط به روشن کردن کوره و بالا بردن دمای آن تا ۱۲۰۰ درجه	
	خطرات مربوط به کار کردن با ابزارهای سنتی مانند پاک میل برای صاف کردن گل	
	عدم امکان بیمه نمودن کارفرما و کارگاه و بالا بودن هزینه بیمه خویش فرمایی	

ادامه جدول ۲

ردیف	زیر طبقات	طبقات
٦	عدم آشنایی با طراحی فرم و نبود پیوند بین تجربه و دانش هنری	مشکلات آموزشی، ترویج و تحقیق
	تنظیم حرارت کوره بر اساس تجربه و رفتن به فاز آزمون و خطا و پایین آمدن بهره وری	
	عدم شناخت نقوش تزئینی، معانی و مفاهیم نمادین	
	عدم توجه به آموزش سفالگران و آشنایی آن‌ها با دانش نوین سفالگری	
	عدم ارتباط افراد تحصیل کرده این رشته با استادکاران سنتی	
	تکراری بودن شکل و فرم محصولات و نبود نوآوری و خلاقیت	
	عدم پیروی از سبک و سیاق مشخص توسط سفالگران	
	عدم پذیرش سفالگران برای به کارگیری ابزارهای جدید	
۷	تغییر سازمان‌های ناظر بر مجموعه صنایع دستی در طی چند سال اخیر	مشکلات اجرایی و مدیریتی
	تغییر مدیریت سازمان صنایع دستی در فاصله‌های زمانی کوتاه	
	فعالیت تعاونی سفال تنها در زمینه سوخت	
	عدم حمایت کافی سفالگران برای شرکت در نمایشگاه‌های داخلی	
	عدم حمایت سفالگران برای شرکت در نمایشگاه‌های خارجی	
	واردات صنایع دستی از طریق مجاری غیرقانونی	
	عدم پرداخت کامل جوایز صادراتی به صادرکنندگان نمونه لالجین	
	اختصاص بیش از نیمی از اجناس فروشگاه‌های سفال لالجین به کالاهای چینی	
	مکانیابی نامناسب شهرک سفال	
	عدم استقبال سفالگران از شهرک سفال به دلیل عدم تناسب با نیازهای آن‌ها	
	اختصاص بخش عمده شهرک سفال به کارخانه داران بزرگ و چینی‌های بهداشتی	
	نبود مرجع بازرسی به منظور کنترل میزان کیفیت و کمیت به منظور از بین بردن اثرات منفی بر روی قیمت	
	عدم دستیابی خوشه سفال به اهداف تعیین شده و فعالیت فروشندگان به جای تولیدکنندگان تحت عنوان خوشه	
	افزایش قیمت مواد اولیه و پایین بودن قیمت محصولات	
	عدم موفقیت تعاونی سفال در زمینه تهیه مواد اولیه و عدم مرغوبیت این مواد به دلیل نداشتن تخصص کافی	
	نبود مدیریت در گردشگری	
	بوروکراسی طولانی به منظور گازکشی کارگاه	

ادامهٔ جدول ۲

ردیف	زیر طبقات	طبقات
۸	عدم توانایی کارگاه‌ها در ایجاد کوره مدرن و نسوز به دلیل هزینه بالا	مشکلات مالی و اعتباری
	افزایش هزینه سوخت بعد از اجرای نظام هدفمندی یارانه‌ها	
	بالا بودن هزینه گازکشی کارگاه	
	هزینه بالای شرکت در نمایشگاه‌های خارجی	
	نامناسب بودن وضعیت مالی سفالگران و نداشتن انگیزه کافی	
	نبود حمایت‌های مالی لازم به منظور استقرار سفالگران در شهرک سفال	
۹	فقدان بسته بندی مناسب به عنوان مشکل اصلی صادرات	مشکلات مربوط به نظام عرضه و بازاریابی
	بالا بودن ضایعات مربوط به حمل و نقل	
	وجود واسطه‌ها	
	تولید انبوه و عدم توافق بین سفالگران در تولید محدود	
	تنوع محصولات در ابعاد مختلف به عنوان مشکل اصلی بسته بندی	
	کاهش صادرات به دلیل بحران‌های سیاسی منطقه در چند سال اخیر	

۵. ۳. کدگذاری انتخابی

در این مرحله محققان، با مرور خط سیر داستانی[1]، تلفیق و توأم کردن طبقات و درک رابطهٔ آن‌ها، تمامی مراحل پژوهش را با دیدی کل نگر مرور نمودند. این سیستم بازنگری، در روش تئوری بنیانی به پژوهشگران این امکان را می‌دهد تا کاستی‌ها را برطرف نمایند (مرادی و آگهی، ۱۳۹۳، ص. ۱۷۲) و در نهایت چارچوب مفهومی به دست آمده از ترکیب نتایج ارائه شد (شکل ۲).

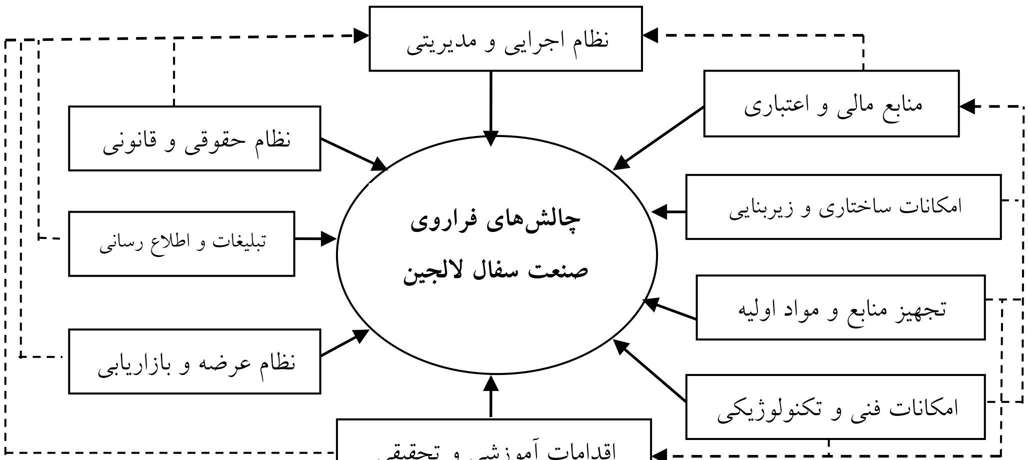
٦. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بر اساس نتایج به دست آمده صنعت سفال لالجین با ۹ مشکل عمده مواجه است که عبارت‌ند از:

1. Story line

– مشکلات مربوط به تجهیز منابع و مواد اولیه مورد نیاز

یکی از مهم‌ترین مشکلاتی که سفالگران با آن مواجهند، مسئله تجهیز منابع و مواد اولیه مورد نیاز است که بخش اصلی این موضوع به نبود مرکز تحقیقاتی و آزمایشگاهی به منظور تهیه و فرآوری مواد اولیه برمی گردد. در تأیید این موضوع یکی از سفالگران با تجربه که در مرکز علمی کاربردی لالجین، در زمینه سفالگری تحصیل کرده است عنوان نمود: «مخلوط کردن خاک‌ها بر اساس تجربه و آزمون و خطا صورت می‌گیرد. در زمینه لعاب هم با دو مشکل اصلی روبرو هستیم: از طرفی لعاب‌های آماده در دماهای بالا به عمل می‌آیند و باعث تاب برداشتن و تغییر رنگ بدنه که از جنس رس است می‌شوند و از طرفی لعاب‌هایی هم که خودمان تهیه می‌کنیم کیفیت لازم را ندارند». همچنین یکی از کارشناسان که خود دارای کارگاه است در مورد عدم پیشرفت لالجین در زمینه استفاده از لعاب بیان نمود: «از سال ٦٤ تا حدود سال ٧٤، کشور ترکیه که فاقد صنعت سفال و سرامیک بود، تمام اجناس سفال لالجین و حتی ضایعات آن را بدون لعاب (بیسکویتی) و با قیمتی بالا از سفالگران خریداری می‌کرد و این موضوع باعث منسوخ شدن جریان پرداختن سفالگران به موضوع لعاب و عقب ماندن لالجین در این زمینه تا حدود ١٠ سال شد».



شکل ٢. چارچوب مفهومی تحقیق

کومار و راجیو[1] (۲۰۱٤)، خان و امیر[2] (۲۰۱۳)، ردزوآن و عارف[3] (۲۰۱۱) نیز در مطالعات خود تهیه مواد اولیه استاندارد و کمیت و کیفیت این مواد را جزء محدودیت‌های توسعه صنایع دستی بیان نموده‌اند.

- مشکلات فنی و تکنولوژیکی

بر اساس یافته‌های تحقیق، یکی دیگر از مسائلی که سفال لالجین با آن مواجه است مشکلات فنی و تکنولوژیکی است. در کارگاه‌های سفال لالجین هنوز هم ابزار، وسایل و قالب‌ها به صورت سنتی توسط جوشکارها و افراد بومی تولید می‌شود که این خود می‌تواند باعث کاهش بهره روی و کیفیت تولیدات گردد. در حالیکه در دنیای امروز سفالگری، سنت دیگر پاسخگو نیست و ضرورت به کارگیری ابزارهای جدید و به روز بیش از پیش احساس می‌شود. جمیر و ناتاراجان[4] (۲۰۱٤)، مطیعی لنگرودی (۱۳۸۰)، جعفر نژاد و همکاران (۱۳۸۸) نیز در مطالعات خود نبود نوسازی و به کارگیری ابزار و ماشین آلات قدیمی را در رکود صنایع دستی مؤثر دانسته‌اند.

- مشکلات ساختاری و زیربنایی

ضعف ساختاری و زیربنایی یکی دیگر از چالش‌هایی است که صنایع دستی این منطقه با آن مواجه است. در این زمینه یکی از سفالگران بیان می‌دارد: «کارگاه‌ها در سطح منطقه پراکنده هستند و مجتمع نیستند و از طرفی بیشتر این کارگاه‌ها، سبک و سیاق لازم برای انجام کار صنعتی را ندارند». مطالعات ام‌سی کمب[5] (۲۰۱۲)، ونکاتارامانیا و کومار[6] (۲۰۱۱)، ردزوآن و عارف[7] (۲۰۱۱) نیز ضعف ساختاری و زیربنایی را از محدودیت‌های توسعه صنایع دستی نشان می‌دهد.

- مشکلات مربوط به تبلیغات و اطلاع رسانی

از دیدگاه کارشناسان و سفالگران، تبلیغات و اطلاع رسانی ضعیف در معرفی سفال لالجین، یکی دیگر از مشکلات جدی می‌باشد. در تأیید این مطلب یکی از سفالگران بیان

---

1. Kumar & Rajeev
2. Khan & Amir
3. Redzuan & Aref
4. Jamir & Natarajan
5. McComb
6. Venkataramanaiah & Kumar
7. Redzuan & Aref

می‌دارد: «متأسفانه در بروشورهای گردشگری که برای مسافرین تهیه شده بود، حتی به درخت چند صد ساله یکی از شهرستان‌ها اشاره شده بود، ولی نامی از لالجین و صنعت سفال آن که بیشترین میزان ارزآوری را برای استان داشته است آورده نشده بود».

نتایج مطالعات کرباسی و یعقوبی (۱۳۹۰)، قزآنی‌قمصری، قدرتی و رضایی (۱۳۸۹)، جمیر و ناتاراجان[1] (۲۰۱٤) نیز نشان می‌دهد که یکی از عوامل مؤثر در رکود صنایع دستی، تبلیغات ضعیف می‌باشد.

- مشکلات حقوقی و قانونی

یکی دیگر از مهم‌ترین چالش‌هایی که صنعتگران سفالگر با آن مواجهند مشکلات حقوقی و قانونی است. متأسفانه شغل سفالگری با وجود سختی‌ها و مشقت‌های بسیاری که سفالگران با آن مواجهند از نظر بیمه تأمین اجتماعی جزء مشاغل سخت محسوب نمی‌شود. یکی از سفالگران در این زمینه بیان می‌دارد: «وجود رطوبت در کارگاه و ذرات گرد و خاک در هوا باعث ایجاد رماتیسم و سل و کار کردن با لعاب به دلیل وجود سرب و مواد شیمیایی باعث آب شدن چربی‌های دور چشم و کاهش دید به مرور زمان می‌شود».از سوی دیگر چرخکاری با سفال از نظر سازمان بیمه نوعی صنعت محسوب می‌شود و شامل بیمه هنرمندان نمی‌گردد. یکی از سفالگران در این زمینه می‌گوید: «بسیاری از افرادی که مشاغل دیگری دارند به راحتی تحت پوشش بیمه هنرمندان قرار می‌گیرند، ولی سفالگران که شغل و حرفه اصلی آن‌ها سفالگری است و سالیان سال در این رشته کار کرده‌اند، تحت پوشش این بیمه قرار نمی‌گیرند». عزمی و همکاران (۱۳۹۰)، ام سی کمب[2] (۲۰۱۲)، جعفرنژاد و همکاران (۱۳۸۸) نیز در مطالعات خود، ضعف حقوقی و قانونی را به عنوان یکی از موانع توسعه صنایع دستی معرفی می‌کنند.

- مشکلات اجرایی و مدیریتی

مهم‌ترین چالش صنعت سفال لالجین از دید کارشناسان و سفالگران، مشکلات اجرایی و مدیریتی است. یکی از موارد مهمی که در این زمینه مطرح است واردات صنایع دستی از طریق مجاری غیرقانونی می‌باشد، به طوریکه بیش از نیمی از اجناس فروشگاه‌های سفال

1. Jamir & Natarajan
2. McComb

لالجین به کالاهای چینی اختصاص دارد. در این زمینه یکی از سفالگران بیـان مـی‌کنـد: «چنـد سال پیش قرار بود سازمان صنایع دسـتی عـده‌ای از سـفالگران بـا تجربـه را بـرای آمـوزش و آشنایی با پیشرفت‌های جدید سفالگری به چین بفرستد، ولی متأسفانه به جای سفالگران چنـد نفر از فروشندگان عمده سفال فرستاده شدند و همین امر باعث شـد ایـن فروشـندگان ضـمن آشنایی با بازار این کشور، به دلیل ارزان‌تر بودن کالاهای چینی، دیگر از کارگـاه‌هـای لالجـین خرید نکنند و به وارد کننده تبدیل شوند. در یکی دو سال اخیر به دلیل وجود تحریم‌ها و بـالا رفتن قیمت دلار، واردات کاهش یافته و خرید از کارگاه‌ها بیشتر شده است».

از دیگر اقدامات در جهت گسترش و تقویت صنعت سفال لالجین احـداث شـهرک سـفال بوده است که نتوانسته به اهداف تعیین شده دست یابد. یکی از سفالگران در تأیید این مطلـب می‌گوید: «راه شهرک سفال بن بست اسـت و سـر راه نیسـت و از طرفـی سـاخت واحـدهای شهرک بدون توجه به شکل و شمایل کارگاه‌های سنتی و بر اساس مهندسی جدید است که بـا نیازهای ما مطابقت ندارد».

یکی دیگر از کارهای انجام شده به منظور توسعه و حمایت از این صنعت، تشکیل خوشـه سفال بوده است که به نتیجه مشخصی دست نیافته اسـت. یکـی از کارشناسـان در ایـن زمینـه اظهار می‌دارد:«هدف خوشه سفال کادرسازی و جداسازی تخصص‌ها بود که بـا هزینـه کـردن بودجه تخصیص داده شده و گذراندن جلسات و بروکراسی های طولانی به اهداف تعیین شده نرسید و هم اکنون فروشندگان به جای تولیدکنندگان تحت عنوان خوشه سفال در نمایشگاه‌هـا حضور می‌یابند».

داش[1] (۲۰۱۱)، یزدان پناه و صمدیان (۱۳۸۸)، جیمز و ناتاراجـان[2] (۲۰۱٤)، خـان و امیـر[3] (۲۰۱۳) نیز مشکلات اجرایی و مدیریتی را از عوامل اصلی رکود صنایع دستی می‌دانند.

- مشکلات مالی واعتباری

بر اساس یافته‌های تحقیق، مشکلات مالی و اعتباری یکـی دیگـر از چـالش‌هـای فـراروی صنعت سفال لالجین می‌باشد. از مسائل مهمی که در این زمینه مطرح است ضـعف بنیـه مـالی سفالگران در نوسازی کوره‌های سنتی و استفاده از سیستم گازکشی می‌باشد. در این زمینه یکی

1. Dash
2. Jamir & Natarajan
3. Khan & Amir

از سفالگران بیان می‌دارد: «بعد از هدفمندی یارانه‌ها و بالا رفتن قیمت نفت سفید، تولید دیگر به صرفه نیست، درحالی که هزینه بیشتر شده ولی قیمت همچنان ثابت است».

مطالعات ونکاتارامانیا و کومار[1] (۲۰۱۱)، ردزوآن و عارف[2] (۲۰۱۱)، مطیعی لنگرودی (۱۳۸۰) نیز کمبود سرمایه و مشکلات مالی و اعتباری را به عنوان یکی از محدودیت‌های توسعه صنایع دستی مطرح می‌کنند.

- مشکلات آموزشی، ترویج و تحقیق

ضعف در آموزش و ترویج و عدم آشنایی سفالگران با دانش نوین سفالگری یکی دیگر از مشکلات اصلی می‌باشد. بر اساس دیدگاه کارشناسان و سفالگران، تکراری بودن شکل و فرم محصولات، فقدان نوآوری و جنبه تقلیدی بودن برخی از تولیدات از عوامل اصلی عدم موفقیت سفال لالجین در رقابت با محصولات چینی است.

در این زمینه مطالعات یزدان‌پناه و صمدیان (۱۳۸۸)، رحمتی (۱۳۸۷)، ام سی کمب[3] (۲۰۱۲) نیز نشان می‌دهد که فقدان نوآوری و عدم توجه به آموزش نقش مهمی در رکود صنایع دستی ایفا می‌کند.

- مشکلات مربوط به نظام عرضه و بازایابی

بر اساس نتایج به دست آمده، مسائل مربوط به نظام عرضه و بازاریابی از دیگر چالش‌های فراروی این صنعت-هنر می‌باشد. بر اساس دیدگاه کارشناسان و سفالگران در زمینه عرضه، مهم‌ترین مشکل تولید انبوه و عدم توافق بین سفالگران در تولید محدود می‌باشد که باعث پایین آمدن ارزش هنری کار و از طرفی کاهش قیمت می‌گردد. در زمینه صادرات، مشکل اصلی تنوع محصولات در ابعاد مختلف و فقدان بسته بندی مناسب می‌باشد. در مورد بازاریابی، فعالیت واسطه‌ها و عدم امکان عرضه مستقیم محصول به دلیل نبودن بسترهای لازم و به تبع سود ناچیزی که نصیب تولید کننده می‌شود، از مهم‌ترین مشکلات مطرح شده توسط کارشناسان و سفالگران می‌باشد. مطالعات خان و امیر[4] (۲۰۱۳)، ونکاتارامانیا و کومار[5] (۲۰۱۱)، عزمی و همکارانش (۱۳۹۰) نتایج به‌دست آمده را تأیید می‌کند.

---

1. Venkataramanaiah & Kumar
2. Redzuan & Aref
3. McComb
4. Khan & Amir
5. Venkataramanaiah & Kumar

در پایان بر اساس یافته‌های این پژوهش، پیشنهادهای زیر به منظور برون رفت از وضـعیت کنونی و غلبه بر چالش‌های فراروی این صنعت ارائه می‌گردد:

- ایجاد مراکز تحقیقاتی و آزمایشگاهی و به کار بـردن روش‌هـای علمـی و اسـتاندارد در تولید مواد اولیه و از سوی دیگر ایجاد مرجعی به منظور کنترل کمیت و کیفیت محصـولات تولیدی می‌تواند در رفع مشکلات زیربنایی این صنعت راهگشا باشد.
- ایجاد تشکل‌های صنفی برای حمایت از حقوق سفالگران و توسعه ایـن صـنعت کـه در غالب کمیته‌های فنی، حقوقی، آماری و تبلیغاتی سازماندهی شـوند. تشـکیل انجمـن سـفال لالجین در سال‌های اخیر به صورت خودجوش از میان سفالگران و تنی چند از کارشناسـان خبره این صنعت، نقطه عطفی در این زمینه به شمار می‌رود.
- ضرورت بازبینی در مقررات بیمه اجتماعی سفالگران و احتسـاب سـفالگری بـه عنـوان مشاغل سخت و به تبع کاهش سن بازنشستگی و از سوی دیگر در نظر گرفتن این رشته به عنوان یک هنر و امکان تحت پوشش قرار گـرفتن سـفالگران (کـارگران و کارفرمایـان) بـه وسیله بیمه هنرمندان اقدامی فوری و ضروری است که از یک طرف باعث افزایش انگیزه و امنیت شغلی سفالگران فعلی در ادامه این حرفه و از طرفی باعـث افـزایش تمایـل جوانـان برای روی آوردن به این رشته می‌گردد.
- برگزاری دوره‌های آموزشی و بازدیدهای علمی به منظور آشنایی سـفالگران بـا فنـون و ابزارهای جدید و توجیه علمی و عملی سفالگران در به کارگیری این فنون توسـط سـازمان صنایع دستی و از سوی دیگر ارائه تسهیلات مـالی و اعتبـاری ارزان قیمـت توسـط دولـت اقدامی ضروری است.
- ایجاد گمرک در لالجین به منظور کاهش ضایعات حمل و نقل و از سـوی دیگـر ایجـاد صنایع بسته بندی صنعتی و مدرن به منظور بالا بردن ارزش افزوده محصول تولیدی و بازار پسندی آن می‌تواند در توسعه صادرات این صنعت نقش مهمی ایفا کند.
- گسترش فعالیت تعاونی سفال در زمینه تهیه مواد اولیـه، همـاهنگی فـروش، شـرکت در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی با به کارگیری افراد متخصص و خبره و برگزاری جلسـات دائمی مدیران تعاونی با سفالگران به منظور شناسایی و رفع نیازهای آن‌ها ضروری است.

• تهیه برنامه‌های تلویزیونی و بروشورهای تبلیغاتی به منظور آشنایی گردشگران با صنایع دستی لالجین و معرفی استادکاران قدیمی این رشته و ارائه آدرس کارگاه‌ها به منظور بازدید از مراحل مختلف تولید و خرید مستقیم از کارگاه می‌تواند در گسترش صنعت گردشگری، افزایش انگیزه سفالگران و توسعه ناحیه‌ای شهرستان لالجین مؤثر باشد.

کتابنامه

۱. ادیب حاج‌باقری، م.، پرویزی، س.، و صلصالی، م. (۱۳۸۹). *روش‌های تحقیق کیفی*. تهران: بشری.

۲. اسفندیاری، ا. (۱۳۸٦). عملکرد صنایع دستی در بهبود وضعیت اجتماعی. *وب‌سایت آفتاب*. برگرفته از:
http://www.aftabir.com/articles/view/economy_marketing_business/handicraft/c2c1191944037p1.php/

۳. جعفرنژاد، ا.، سجادی‌پناه، ع.، صفری میرمحله، ر.، و اجلی قشلاجوقی، م. (۱۳۸۸). بررسی موانع و ارائهٔ راهکارهای به‌کارگیری تجارت الکترونیکی در زمینهٔ توسعهٔ صادرات فرش دستباف ایران. *فصلنامهٔ پژوهشنامه بازرگانی*، *۱۳*(۵۲)، ۱-۳٤.

٤. رحمتی، م. ح. (۱۳۸۷). آسیب‌شناسی طراحی فرش‌های رایج و نوآوری در آن‌ها. *فصلنامهٔ گلجام*، *۱۰*، ٤۷-٦۸.

۵. رستمی، م. (۱۳۸۳). بررسی اشتغال زنان استان مازندران در بخش صنایع دستی، منطقهٔ شاخص: شهرستان ساری. *پژوهشنامهٔ علوم انسانی و اجتماعی*، *٤*(۱۳)، ۳۹-٦۵.

٦. شوماخر، ای. اف. (۱۳۷۲). *کوچک زیباست: اقتصاد با ابعاد انسانی*. ترجمهٔ علی رامین. تهران: سروش.

۷. عباسی، ب. (۱۳۹۰، مرداد). *پایگاه ردپای سفال های چینی در لالجین*. برگرفته از:
http://www1.jamejamonline.ir/archnewstext.aspx?newsnum=100852050705

۸. عزمی، آ.، خراسانی، م. ا.، ایمانی، ب.، و رضوانی، م. ر. (۱۳۹۰). دیدگاه تجار فرش شهر اردبیل درباره علل کاهش صادرات فرش دستباف ایران. *دوماهنامهٔ بررسی‌های بازرگانی*، *٤٦*، ۱۰۱-۱۱۳.

۹. فمی، ش.، و محمدزاده نصرآبادی، م. (۱۳۹۰). *صنایع روستایی*. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.

۱۰. قبادی، پ.، پاپزن، ع.، زرافشانی، ک.، و گراوندی، ش. (۱۳۹۱). واکاوی محدودیت‌ها و مشکلات توریسم روستایی با استفاده از تئوری بنیانی. *جغرافیا و آمایش شهری-منطقه ای*، *۲*(۵)، ۸۹-۱۰٤.

۱۱. قزآنی‌قمصری، ا.، قدرتی، ح.، و رضایی، ح. (۱۳۸۹). عوامل مؤثر بر صادرات فرش دستباف در قالب ماتریس سوات (SWOT): مطالعهٔ موردی تعاونی‌های فرش در استان اصفهان. *فصلنامهٔ تعاون و کشاورزی، ۲۱* (۲)، ۴۹–۶۱.

۱۲. کامبخش‌فرد، س. (۱۳۷۹). *سفال و سفالگری در ایران از ابتدای نوسنگی تا دوران معاصر*. تهران: ققنوس.

۱۳. کرباسی، ع. ر.، و یعقوبی، م. (۱۳۹۰). بررسی بازارهای تعاونی‌های صنایع دستی استان سیستان و بلوچستان. *فصلنامهٔ تعاون و کشاورزی، ۵*(۲۲)، ۲۱–۴۶.

۱۴. گل‌محمدی، ف. (۱۳۸۹). توسعهٔ صنایع دستی و فناوری متوسط با هدف گسترش توریسم و اشتغال پایدار روستایی. *فصلنامهٔ مسکن و محیط روستا*، (۱۳۱)، ۷۳–۹۴.

۱۵. گیدنز، آ. (۱۳۷۶). *روش‌های تحقیق جامعه‌شناسی*. ترجمهٔ منوچهر صبور. تهران: نی.

۱۶. لاریجانی، ف. (۱۳۷۰). علم، تکنولوژی و توسعه. *فصلنامهٔ رهیافت، ۱* (۱)، ۴۲–۵۱.

۱۷. محمودی، ق. (۱۳۹۳). انجمن سفال لالجین.

۱۸. مرادی، خ.، و آگهی، ح. (۱۳۹۳). واکاوی چالش‌های مدیریت روستایی با رویکرد کیفی تئوری بنیانی. *فصلنامهٔ جغرافیا و توسعه، ۱۲* (۳۴)، ۱۶۷–۱۸۱.

۱۹. مرجع شهرهای ایران. (۱۳۹۰). لالجین. برگرفته از:
http://www.irancities.ir/showcity.aspx?code=987&code2=38

۲۰. مرکز آمار ایران. (۱۳۹۰). *نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰*. برگرفته از:
http://www.amar.org.ir/Default.aspx?tabid=1160

۲۱. مطیعی‌لنگرودی، ح. (۱۳۸۰). عوامل رکود صنایع دستی در نواحی روستایی شهرستان مشهد. *مجلهٔ تخصصی زبان و ادبیات، ۳۴* (۱و۲)، ۱۴۱–۱۶۸.

۲۲. میرکتولی، ج.، و مصدقی، ر. (۱۳۸۹). بررسی وضعیت گردشگری روستایی و نقش آن در رونق صنایع دستی: مورد دهستان استرآباد جنوبی، شهرستان گرگان. *مطالعات و پژوهش‌های شهری منطقه‌ای، ۲* (۷)، ۱۳۷–۱۵۴.

۲۳. نامور مطلق، ب. (۱۳۹۳، ۲۹ مهرماه). *پایگاه خبری تسنیم*. برگرفته از:
http://www.tasnimnews.com/Home/Single/535461?ref=shahrekhabar

۲۴. هاشمی، ف. (آبان ۱۳۸۱). بررسی روند اشتغال‌زایی صنایع کوچک در ایران. *مجموعه‌مقاله‌های ارائه شده در همایش ملی بررسی راهکارهای علمی ایجاد اشتغال*، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.

۲۵. یاوری، ح. (۱۳۸۶). *آشنایی با هنرهای سنتی (۱)*. تهران: دانش جهانگردی.

۲٦. یاوری، غ. ر.، و فاضل بیگی، م. م. (۱۳۸۹). *اقتصاد ایران (با تکیه بر روستا)*. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.

۲۷. یزدان‌پناه، ل.، و صمدیان، ف. (۱۳۸۸). عوامل مؤثر بر میزان موفقیت شرکت‌های تعاونی: مطالعهٔ موردی صنایع دستی استان کرمان. *فصلنامهٔ تعاون و کشاورزی*، ۲۰(۲۰۲و۲۰۳)، ۱۹–۳٤.

28. Dash, M. (2011). Marketing of Orissa handicrafts: A study on challenges and opportunities. *Excel International Journal of Multidisciplinary Management Studies*, *1*(2), 47-63.

29. Fetherston, B., & Kelly, R. (2007). Conflict resolution and transformative pedagogy: A grounded theory research project on learning in higher education. *Journal of Transformative Education*, *5*(3), 262-285.

30. Jamir, I., & Natarajan, P. (2014). Marketing of Bamboo handicraft products in Dimapur, Nagaland–Trader's Perception. *Samzodhana Journal of Management Research*, *2*(1), 271-288.

31. Jequier, N. (1976). *Appropriate technology: Problems and promises*. Paris: Development Centre of the Organization for Economic Co-Operation and Development.

32. Khan, W. A., & Amir, Z. (2013). Study of handicraft marketing strategies of artisans in uttar pradesh and its implications. *Research Journal of Management Sciences*, *2*(2), 23-26.

33. Kumar, D., & Rajeev, P. V. (2014). Marketing challenges of handicraft retailers in changing environment. *Zenith International Journal of Business Economics & Management Research*, *4*(10), 22-33.

34. McComb, J. F. (2012). *Development and marketing strategies for Pacific cultural industries*.. Suva : Secretariat of the Pacific Community.

35. Redzuan, M., & Aref, F. (2011). Constraints and potentials of handicraft industry in underdeveloped region of Malaysia. *African Journal of Business Management*, *5*(2), 256-260.

36. Saldana, J. (2009). *The coding manual for qualitative researchers*. Thousand Oaks, CA: Sage.

37. Venkataramanaiah, S., & Kumar, N. G. (2011). Building competitiveness: A case of handicrafts manufacturing cluster units. *Indore Management Journal*, *3*(2), 27-37.

38. Yin, R. K. (2011). *Qualitative research from start to finish*. New York: Division of Guilford Publications.